

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK KAOS AEROSTREET

(STUDI PADA KONSUMEN ONLINE SHOP)

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kaos Aerostreet yang dipasarkan melalui online shop. Fenomena meningkatnya penggunaan e-commerce di Indonesia mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara daring, khususnya pada produk fashion. Dalam konteks ini, harga dan kualitas produk menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen online shop. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, dengan uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, secara simultan harga dan kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan kombinasi antara persepsi harga dan kualitas produk yang membentuk nilai yang dirasakan konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk dan semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap produk kaos Aerostreet pada online shop.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, E-commerce, Online Shop